

молочных и рыбных. Данные направления могут стать новыми точками роста экономики аграрного сектора страны. Необходимо создать условия для предприятий малого бизнеса, которые могли направить свои инвестиции в формирование научно-производственных кластеров. В этом случае им предназначается роль поставщиков товаров и услуг более крупным участникам кластера. Функционирование аграрных кластеров предполагает активное участие государства в цепочке производств путем совершенствования налоговой, таможенной, тарифной политики.

В целом, реализация кластерного механизма развития экономики страны станет важным фактором повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий и производимой ими продукции, будет способствовать активному привлечению инвестиций и внедрению передовых технологий в аграрный сектор экономики и созданию рабочих мест.

Комлева Н.А.¹

Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина
г.Екатеринбург, Россия

ГЛОБАЛЬНЫЕ КОРПОРАЦИИ КАК АКТОРЫ СОВРЕМЕННОГО ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

GLOBAL CORPORATIONS AS MODERN GEOPOLITICAL ACTORS

Global corporations are the actors of geopolitical process since XX century. They create some special structures in order to support their global expansion.

Геополитические акторы неодинаковы по объему совокупной мощи и возможностям осуществления экспансии. Вследствие этого их порядок представляет собой не ряд (горизонталь), а иерархию (вертикаль). Реалии XXI века таковы, что наверху данной иерархии находится вовсе не государство, (политический институт), даже представляющее собой так называемую сверхдержаву, а глобальные экономические корпорации (экономический институт). Процесс превращения ГК в основной геополитический актор современности резко активизировался в период 90-х годов прошлого века и завершился в течение 2000-х. Этому обстоятельству, на наш взгляд, чрезвычайно способствовал распад СССР и мировой системы социализма. Сведение этатристической экономики стран социализма к ничтожному минимуму (КНДР, Куба) превратило либеральную рыночную экономику в

¹ **Комлева Наталья Александровна** – заведующая кафедрой Теории и истории политической науки Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, доктор политических наук, профессор.

глобальный абсолютизм. До 1991 г. геополитическая борьба во многом определялась идеологическими различиями двух межгосударственных систем – социалистической и капиталистической. Исчезновение коммунистической идеологии как активного фактора геополитического процесса в значительной степени снизило глобальную роль государства как геополитического актора, поскольку идеологическая борьба ведется в основном государственными структурами. На первое место в геополитических баталиях вышла экономика, которой эффективнее занимаются ТНК и ГК, чем государство. Ментальным отражением этого глобального изменения стало возникновение в 80-х годах прошлого века и расцвет в настоящее время такой науки, как геоэкономика. Некоторые ученые (Ж. Аттали) утверждают, что геополитика как наука и социальный феномен исчезла, ее заменила геоэкономика.

Государство, тем не менее, остается, по нашему мнению, основным **«открытым»** актором геополитического процесса, поскольку только государство имеет **легитимную** возможность и оптимальный объем внутренних ресурсов для применения во внешней политике как «жесткой», так и «мягкой» силы. Но, несомненно, основной **латентный** актор современного геополитического процесса, активно влияющий, в том числе, и на геополитическое поведение любого из государственных геополитических акторов – это глобальные корпорации. Мощно эволюционировав на протяжении второй половины XX века, глобальные корпорации (ГК) в настоящее время обладают такими же возможностями применения «жесткой» и «мягкой» силы для осуществления своей экспансии во всех пространствах, как и государства, но часть их мощи, в отличие от мощи государства – **нелегитимна**¹. Так, современные ГК обладают военной силой (так называемые частные военные корпорации и частные вооруженные контингенты – ЧВК, используемые для охраны экономических объектов, к примеру, трубопроводов, а также для силового захвата необходимой ГК территории). Имеются и разведывательные структуры, сопоставимые по количественному составу и материальным возможностям с разведкой небольших государств.

Естественно, что мощь государственных и негосударственных геополитических акторов имеет свою специфику.

Государство создается и функционирует в качестве института, реализующего интересы всего социума, в том числе и в геополитическом пространстве. При этом необходимо учитывать, что социум неоднороден, и доминантными являются интересы социальной группы, обладающей наибольшим объемом социальных ресурсов как материального, так и нематериального характера. Однако государство с необходимостью должно учитывать и реализовать также и интересы всех иных групп населения, в соответствии с реальным объемом их социальных ресурсов и социального влияния, во избежание социальной напряженности и тем более так называемых «социальных взрывов».

¹ Политическая наука различает легитимность и легальность. Вполне легальная (созданная в рамках закона) структура может быть нелегитимной по содержанию своей деятельности (т.е. эта деятельность большинством населения не признается справедливой и даже вообще необходимой).

Основная цель государства – социальная стабильность, сохранение целостности социума. Реализация этой цели является многоэтапным процессом, включающим в себя – в рамках идеологического пространства – прежде всего, **пропаганду** как главную технологию обеспечения лояльности населения (избирателей, если государство демократическое). Тот факт, что современные государства практикуют так называемую социальную рекламу, не отменяет необходимости и преобладающего характера пропаганды в структуре идеологической мощи государства. В данном случае реклама является частью пропагандистской практики, в случае же ГК, напротив, пропагандистские технологии являются частью рекламных кампаний.

Из ментальных ресурсов идеологической мощи государство, по понятным причинам, наиболее активно развивает **официальную идеологию** как форму реализации ментального единства общества. Официальная идеология существует в виде:

- устных выступлений и публикаций государственных деятелей, лидеров и активистов правящей политической партии;
- научных публикаций ученых-гуманитариев, отстаивающих ценности данной идеологии;
- пропагандистской деятельности журналистов в СМИ;
- художественного воплощения официальных идеологических постулатов в произведениях литературы и искусства.

Для того чтобы быть эффективной, официальная идеология с необходимостью учитывает или опирается на ценности традиционной культуры и особенности национального характера.

Такие составляющие идеологической мощи, как доминантное общественное мнение или эмоциональная атмосфера общества, определяются не только пропагандой официальной идеологии, но в гораздо большей мере – степенью развитости экономической и военной мощи данного государства, т.е. величиной и качеством жизненного пространства данного социума и такими экономическими параметрами, как уровень и качество жизни населения.

Экономические корпорации, независимо от того, являются они локальными, региональными, транснациональными или глобальными, создаются совершенно с иной целью, чем государство – с целью получения наибольшей прибыли для их владельца (владельцев). Таким образом, экономические корпорации изначально преследуют узко групповые или даже сугубо индивидуальные интересы. Разумеется, «жить в обществе и быть свободным от него нельзя», и в итоге социально-политической эволюции и становления «социального государства» корпорациям приходится, добровольно или нет, осуществлять так называемую «социальную ответственность бизнеса», т.е. выделять часть прибылей на развитие социальной сферы в интересах небуржуазных групп населения. Тем не менее, социальная ответственность бизнеса не отменяет факта его изначальной и преобладающей ориентированности на частный интерес.

С начала XX века глобальные корпорации (ГК), исходя из своих настоятельных потребностей в осуществлении экономической экспансии и

увеличения прибылей, стали постепенно создавать институты, как правило, также имеющие глобальный характер и фактически дублирующие на глобальном уровне основные межгосударственные структуры и структуры государства.

В порядке возникновения эти структуры таковы:

- Координирующие управленческие структуры. Первая по времени возникновения глобальная структура, инициированная ГК - Совет по международным отношениям (CFR). Создан в июле 1921 г. – любопытно совпадение по времени с созданием в январе 1920 г. Лиги наций как межгосударственного координирующего глобального центра. Совет был создан банкирскими домами Морганов и Рокфеллеров. В настоящее время его деятельность поддерживается такими гигантами бизнеса, как Xerox, General Motors, Texaco. Медийную основу Совета составляют руководители The New York Times, The Washington Post, The Los Angeles Times, The Knight Newspaper, NBC, CBS, Time, Life, Fortune, Business Week, US News & World Report. Финансируют проекты Совета специальные фонды (главные из них – фонды Рокфеллера и Карнеги), полностью освобождённые от уплаты налогов на федеральном (США) уровне. «Многие считают, что Совет был наиболее мощной частной организацией по влиянию на внешнюю политику Соединённых Штатов».¹ CFR способствовал появлению ряда мощных структур влияния глобального уровня, в том числе Бильдербергского клуба (1954 г.) и Трилатерала (1973 г.).

- Частные сыскные агентства (ЧСА); время возникновения – тридцатые годы XIX века, но на службу транснациональным и глобальным корпорациям активно привлекаются во второй половине XX века. В некоторых случаях фактически дублируют такую межгосударственную организацию, как Интерпол.

Первое агентство подобного рода возникло во Франции. Оно было организовано в 1834 году знаменитым шефом Сюртэ Эженом Франсуа Видоком, который, выйдя в отставку, решил создать свою, частную полицию - детективную контору «Бюро расследований в интересах торговли». Задачей новой организации была защита предпринимателей от коммерческих преступлений - злостных банкротств. За небольшую абонементную плату - 20 франков в год - бюро бралось поставлять предпринимателям сведения о кредитоспособности тех или иных дельцов и владельцев магазинов. Сфера частных агентств - охрана частной собственности (фирм, предприятий, банковских и страховых компаний, услуги по сбору и представление информации частного характера). Так, например, сыскная корпорация «Международное детективное агентство Бэрнса» (США) содержит 15 тысяч платных высококвалифицированных сотрудников, специализирующихся в самых различных областях, включая отслеживание и задержание преступников, сбор всевозможной информации, обработку данных, бухгалтерское дело, электронные системы и науку о поведении. Агентство

¹ Sylvia Browne. Secret societies & How They Affect Our Lives Today. // NY, Hay House Inc., 2007. P. 21.

имеет 50 крупных филиалов в Нью-Йорке, Детройте, Лос-Анджелесе, Торонто, на Багамах, в Лондоне и многих других городах.¹

- Частные агентства по сбору информации (сбор личной и бизнес-информации, создание обширных баз данных) – по сути, представляют собой узко специализированные ЧСА, выделились из ЧСА во второй половине XX века.

- Частные разведывательные структуры (ЧРС), вначале занимавшиеся промышленным шпионажем и противодействием ему; наибольший расцвет – рубеж XX-XXI веков, появление так называемой «корпоративной разведки». Вероятно происхождение ЧРС из ЧСА, а также сращивание их друг с другом в XX – XXI веках.

Одна из крупнейших структур такого рода – американская группа Diligence LLC, основателями которой стали английский экс-сотрудник контрразведки Ник Дей и бывшие члены MI5, Службы безопасности Великобритании, и ЦРУ. Diligence LLC занимается сбором информации в области экономики и геополитики. Она имеет свои офисы в Лондоне, Вашингтоне, Нью-Йорке и Москве.²

- Частные коммуникационные системы – возникли в начале XX века, расцвет приходится на вторую половину XX века.

- Частные научно-исследовательские структуры различных направлений деятельности; по объему инвестиций и исследований сопоставимы с НИС крупных государств – возникли в начале XX века.

На Западе частные НИИ существуют в рамках ТНК с начала XX века. В 2008 г. компания «Ситроникс» (дочернее предприятие корпорации «АФК-Система») создало первый в России частный НИИ по отбору разработок и технологий для дальнейшей их коммерциализации бизнес-направлениями концерна «АФК-Система».³

- Частные военные компании, формально являющиеся самостоятельными структурами – возникли в 80-е годы XX века.

Примером крупной ЧВК может служить Aegis Defense Services – британская охранная компания, владеющая одной из самых больших в мире частных наемных армий. Под ружьем у нее находится в общей сложности около 20 тысяч наемников.⁴

- Частные тюрьмы – созданы в XX веке, расцвет – конец 1990-х годов – 2000-е годы.

Тысячи лиц, официально не признанных преступниками, находятся на содержании в частных следственных изоляторах, фильтрационных пунктах и

¹ История создания частных детективных агентств в мире. // http://www.karpovpartners.info/docs/ur_stat/istor_sozd_detek_agen.php

² Р.Р. Ромачев. Разведка как бизнес. И. Попов. Частные разведывательные компании. // <http://romachev.ru/?cat=392>

³ «Ситроникс» создаст первый в России частный НИИ. // <http://lenta.ru/news/2008/03/17/nii/>

⁴ Р.Р. Ромачев. Разведка как бизнес. // <http://romachev.ru/?cat=392>; См. также: Грачева Т. Частные военные компании. // Русский журнал. 2008. № 2; Валецкий О.В. ЧВК, их создание, развитие и опыт работы в Ираке и других регионах мира. // <http://www.c-society.ru/wind.php>.⁵ Американские частные тюрьмы переживают подъем бизнеса. //

других подобных заведениях США, на которые в настоящее время приходится примерно 14% от общего числа «федеральных» заключенных (всего в США около 2,5 млн. заключенных). Частные тюрьмы, кроме США, существуют в Великобритании, Швеции и Австралии. Готовится законопроект о частных тюрьмах в РФ.¹

До определенного времени (вторая половина XX века) ГК использовали в своих интересах, через свое влияние на государство базирования, государственные структуры (разведку, например), а также активно занимались деятельностью по созданию лояльных к ним правительств или «агентов влияния» в рамках политического класса в других государствах. Однако развитие гражданского общества и гражданского контроля в отношении государственных структур в так называемых «политических демократиях» заставило ГК создавать собственные структуры глобального влияния, в том числе и не имеющие непосредственно экономического характера. В значительной степени, как представляется, повлиял на процесс становления «параллельных» управленческих и обслуживающих структур глобального уровня такой фактор, как заключение различных договоров между странами капиталистического и социалистического блока с механизмами межгосударственного контроля над их выполнением – особенно договоров в сфере обороны. То, что подвергалось контролю и наблюдению со стороны межгосударственных структур различного уровня, но нуждалось в сохранении функций, которые не могли быть при этом в необходимой степени реализованы, воплощалось в функционировании «параллельных» негосударственных структур, создаваемых ГК или под патронажем ГК.

Естественно, что для осуществления глобальной экспансии, особенно в ее доминантной форме, ГК нуждаются также и в развитии идеологической мощи.

Отличия в сущности и структуре идеологической мощи государства и ГК определяются их базовыми характеристиками и доминирующими направлениями деятельности.

Основная цель ГК – получение прибыли, поэтому основной технологический элемент их идеологической мощи – **реклама**. Для увеличения эффективности рекламы ГК используют различного рода ментальные и материально-технические ресурсы.

Основной ментальный ресурс ГК, как и любой экономической корпорации – корпоративная идеология. В отличие от официальной идеологии государства **корпоративная идеология** содержит ценности так называемой корпоративной культуры. Прежде всего это преданность корпоративному бренду и лояльность руководству корпорации. Ключевой элемент корпоративной идеологии – миссия (обещание) товарного бренда (брендов)². В данном случае миссия бренда как структурный элемент идеологической мощи

http://www.businesspress.ru/newspaper:article_mld_21960_aid_349045.html; <http://www.pravda.info/society/70321.html>

² Миссия (обещание) бренда – это совокупность выгод и позитивных ожиданий, имеющихся у потребителей относительно данного товара или услуги.

ГК тождественна национальному характеру в структуре идеологической мощи государства.

Для реализации своей основной цели – увеличения продаж и прибыли – ГК активно продвигают свои бренды с помощью спонсирования спортивных клубов и отдельных спортсменов (размещение логотипа бренда или корпорации на спортивных сооружениях, спортивной форме и т.п.). Гранты научным коллективам, отдельным студентам, образовательным учреждениям – даже без артикулируемых условий продвижения корпоративной идеологии или соответствующего бренда – являются специфической формой товарной рекламы. Той же цели служат и премии для деятелей искусства и литературы, учреждаемые данной корпорацией.¹ Имидж бренда, создаваемый таким способом, тождествен таким элементам структуры идеологической мощи государства, как доминантное общественное мнение и преобладающая эмоциональная атмосфера социума.

В конце 2000-х годов XXI века, как представляется, явственно проступила закономерность, с неизбежностью вытекающая из сущности процесса либерально-рыночной глобализации: постепенное, но повсеместное замещение элементов мощи государства, в том числе и идеологической мощи, элементами мощи ГК. Недаром на рубеже XX – XXI вв. в среде экономической элиты стали особенно популярны высказывания, сводящиеся к единой словесной конструкции: «Что хорошо для данной ГК (Sony, Boeing, General Motors, etc.), то хорошо и для всего мира». О причинах данного явления кратко говорилось выше. Каковы же вероятные тенденции развития глобального процесса замещения мощи государства мощью ГК?

На наш взгляд, такое замещение приведет следующему:

- станут более частыми и более масштабными кампании по увеличению прибылей ГК, завуалированные некими глобальными общественными интересами: охраной окружающей среды², противостоянием терроризму³, противодействием новым болезням («птичий», «свиной», «козий» грипп)⁴ и т.д.;
- постепенно, но значительно снизится степень защиты прав человека, особенно социально-экономических прав; вероятнее всего, этот процесс будет

¹ Существует такой маркетинговый анекдот. Если на вечеринке юноша приходит к девушке со словами: «Говорят, в постели мне нет равных!» – это прямая продажа. Если к девушке на вечеринке подходит юноша, приглашает ее танцевать, провожает домой, звонит ей каждый день, дарит цветы и конфеты – это PR. Если к девушке подходит приятель юноши и говорит: «Говорят, в постели ему нет равных!» – это реклама. Если на вечеринке девушка подходит к юноше со словами: «Говорят, в постели вам нет равных!» – это уже бренд. Перечисленные на этой странице формы продвижения своих брендов современными ГК служат «завлечению девушки» без осознания ею факта маркетингового воздействия.

² меры, связанные с защитой озонового слоя или борьбой с «парниковым эффектом» в определенной мере подавили производство, связанное с использованием фреонов и побочным производством углекислого газа и принесли значительное увеличение прибылей компаний-конкурентов

³ локальные войны в Евразии, усиление внутригосударственных мер безопасности связаны с повышением доходов военных корпораций и компаний, выпускающих средства обеспечения безопасности

⁴ производство и распространение вакцин и соответствующих пропагандистских материалов увеличили прибыли крупных фармацевтических компаний

проходить в сопровождении пропагандистской кампании, утверждающей, что, напротив, права человека защищаются как никогда прекрасно;

- произойдет расцвет манипулятивных технологий обработки массового сознания, обеспечивающих приход к власти политиков, которые действуют, прежде всего, в интересах ГК;

- будет целенаправленно снижаться уровень образованности населения и степень его информированности о сущности реально происходящих экономических и социальных процессов;

- наука постепенно превратится в сервильную, обслуживающую в основном интересы ГК;

- роль государства будет минимизирована;

- в ткань гражданского общества будут во всё большей степени целенаправленно внедряться структуры-симулякры, внешне радеющие об интересах народа (или конкретной социальной группы, права которой ущемляются), но реально служащие интересам ГК.

Поскольку развитие мира, и общества в том числе, происходит циклически-волновым образом, этап развития социума, связанный с господством ГК, через несколько десятилетий постепенно сменится этапом, характеризующимся подъемом, а затем и расцветом совокупной мощи государства как социального института. Однако это будет уже несколько иное государство, чем то, к которому мы привыкли на современном этапе истории человечества – как и ГК предстоящего периода развития.